

HUBUNGAN KOMUNIKASI VERTIKAL DENGAN MOTIVASI KERJA KARYAWAN PT. UNITED TRACKTOR, TBK SAMARINDA

Sindu Mahendra¹

Abstrak

Artikel ini berisi tentang hubungan komunikasi vertikal dengan motivasi kerja karyawan PT. United Tracktor, Tbk Samarinda. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan menggunakan format eksplanasi. Metode analisis data yang digunakan adalah model korelasi pearson product moment (r). Sampel penelitian dalam penelitian ini ada 40 sampel. Uji signifikansi dengan menggunakan rumus t_{hitung} dengan teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi dan penyebaran kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya hubungan signifikan pada komunikasi vertikal dengan motivasi kerja karyawan PT. United Tracktor, Tbk Samarinda yaitu H_a diterima $t_{hitung} (2,91) > t_{tabel} (1,685)$.

Kata kunci : *Komunikasi vertikal, Motivasi Kerja, Karyawan*

Pendahuluan

Komunikasi pada hakekatnya merupakan hal yang memiliki peranan penting di dalam kehidupan manusia. Hal ini di karenakan komunikasi di gunakan oleh manusia setiap saat. Adanya komunikasi yang baik antara pimpinan dengan bawahan dapat menimbulkan rasa tanggung jawab yang menunjukkan moral kerja karyawan terletak pada segi – segi komunikasi sebab suatu komunikasi memegang peranan yang sangat penting dalam kehidupan kita sehari – hari juga didalam melancarkan jalannya suatu perusahaan. Hal itu merupakan salah satu bentuk komunikasi, yang merupakan bentuk dari komunikasi organisasi. Dengan adanya komunikasi organisasi yang baik dapat menciptakan adalah sinergi antara karyawan perusahaan dengan atasan mereka. Di masa kini, batubara telah menjadi salah satu sumber energi yang sangat berguna bagi kehidupan jutaan umat manusia di seluruh dunia terutama di Indonesia. Batubara juga merupakan sumber pendapatan bagi masyarakat di Indonesia karena semakin banyaknya tambang-tambang batubara yang beroperasi di Indonesia, hal ini di karenakan keberadaan minyak bumi di Indonesia yang semakin menipis sehingga memerlukan energi alternatif yang dapat di gunakan dan Indonesia di karuniai potensi batubara berkualitas baik

¹ Mahasiswa Program S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: sindumahendra@yahoo.co.id

yang sangat melimpah tersebar di daerah Kalimantan, dan Irian jaya. Dengan banyaknya perusahaan maka permintaan alat berat sebagai penunjang kegiatan pertambangan, maka pada tanggal 13 Oktober 1972 berdirilah PT United Tractor, Tbk sebagai distributor alat berat Komatsu di Indonesia. Pada tanggal 19 September 1989, UT mencatatkan saham perdana di Bursa efek Jakarta dan Bursa efek Surabaya dengan kode UNTR. PT. Astra International menjadi pemegang saham mayoritas, selain di kenal sebagai distributor alat berat terkemuka di Indonesia, perusahaan ini juga aktif bergerak di bidang kontraktor pertambangan dan bidang pertambangan batu bara hal ini di lakukan untuk memperbesar unit-unit usaha dari PT.

Karyawan adalah sumber daya manusia yang menjadi aset utama bagi setiap Perusahaan. Karyawan merupakan perencana, pelaksana dan pengendali bagi tujuan perusahaan. Karyawan-karyawan yang bekerja memerlukan lingkungan kerja yang baik sehingga akan terbentuk motivasi kerja yang tinggi yang pada akhirnya akan meningkatkan produktifitas perusahaan. Motivasi kerja merupakan kondisi dari sebuah kelompok yang dimana ada tujuan yang jelas dan tetap yang dirasakan menjadi penting dan terpadu dengan tujuan individu. Motivasi kerja merupakan salah satu faktor yang tidak dapat begitu saja diabaikan di dalam mencapai tujuan perusahaan atau dalam arti sempit dalam mencapai tujuan perusahaan.

Motivasi kerja karyawan akan tinggi apabila bawahan memperlihatkan perasaan senang, bahagia, menghormati atasannya serta setia pada perusahaan, sedangkan bila bawahan merasa tidak senang, suka membantah atasan dan kecewa maka motivasi kerjanya rendah, sedangkan suatu perusahaan dibentuk dan dijalankan adalah karena adanya tujuan bersama yang ingin dicapai. Dengan adanya perbenturan dua keinginan atau tujuan yang berbeda ini, maka perlu adanya suatu penyelarasan agar terdapat kesatuan pendapat dan tindakan dalam pelaksanaan pencapaian tujuan perusahaan. Adapun media atau sarana yang dianggap sesuai dan efektif dalam usaha penyelarasan ini adalah komunikasi. PT. United Tractors, Tbk berlokasi Jl. H. Mansyur Loa Bakung Samarinda, penulis tertarik melakukan penelitian di PT. United Tractors, Tbk karena kurangnya komunikasi yang harmonis baik vertikal maupun horizontal dan pada akhirnya berdampak pada penurunan motivasi kerja karyawan, hal tersebut penulis amati pada saat melakukan observasi awal di perusahaan. Dan penulis memperoleh pernyataan yang mengatakan bahwa “Kurangnya komunikasi yang di lakukan oleh atasan kepada karyawannya, sehingga menyebabkan kesalah pahaman pekerjaan. Dan menjadi penyebab banyaknya pekerjaan yang tidak maksimal” Oleh karena itu, penulis bermaksud melakukan penelitian di PT. United Tractors, Tbk Loa Bakung, Samarinda. Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk mengangkatnya kedalam tulisan atau skripsi yang berjudul Hubungan Komunikasi Vertikal Dengan Motivasi kerja Karyawan PT. United Tractors, Tbk Samarinda.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka perumusan masalah pada penelitian ini adalah “Bagaimanakah hubungan antara komunikasi vertikal dengan motivasi kerja karyawan PT. United Tractor, Tbk Samarinda”.

Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah “Untuk mengetahui bagaimanakah hubungan antara komunikasi vertikal dengan motivasi kerja karyawan pada PT. United Tractors, Tbk Samarinda”.

Kerangka Dasar Teori

Teori Organisasi

Teori Organisasi yaitu Teori Human Relation, teori ini peneliti gunakan untuk meneliti pengaruh komunikasi organisasi terhadap perubahan perilaku yang berkaitan dengan perubahan motivasi karyawan. Agar pentingnya suatu komunikasi di dalam sebuah organisasi/perusahaan dalam bentuk komunikasi vertikal terhadap peningkatan semangat kerja karyawan untuk mencapai tujuan yang sama.

Teori Motivasi Abraham Maslow

Abraham Maslow (1943-1970) dalam teorinya menjelaskan bahwa pada dasarnya semua manusia memiliki kebutuhan pokok yang dapat digambarkan sebagai lima tingkatan dalam bentuk pyramid yang di kenal dengan sebutan “Hiraki Kebutuhan Maslow”. Kebutuhan ini dimulai dari kebutuhan biologis dasar sampai kebutuhan psikologis yang lebih kompleks. Kebutuhan psikologi, kebutuhan rasa aman, kebutuhan akan rasa cinta dan rasa memiliki, kebutuhan penghargaan, dan kebutuhan aktualisasi diri. Dengan indikator tersebut maka dapat di simpulkan bahwa motivasi adalah salah satu kunci kesuksesan pencapaian tujuan maka dengan demikian pihak pemberi kerja sangat perlu untuk meningkatkan motivasi dari karyawan, salah satunya dapat menjadikan teori Maslow sebagai indikator.

Komunikasi

Komunikasi didefinisikan sebagai penyampaian atau pertukaran informasi dari pengirim baik lisan, tertulis maupun menggunakan alat komunikasi. Pertukaran informasi yang terjadi diantara pengirim dan penerima tidak hanya dilakukan dalam bentuk lisan maupun tertulis oleh manusia, akan tetapi komunikasi yang terjadi baik dalam kelompok atau dalam sebuah organisasi bisa dapat menyampaikan suatu informasi menggunakan alat komunikasi canggih. Banyak atasan mengirimkan sebuah informasi dengan sistem informasi manajemen yang kompleks, di mana data berasal dari berbagai sumber, kemudian dianalisis oleh komputer dan disampaikan kepada penerima secara elektronik. Dari berbagai literatur komunikasi, kita akan menemukan pengertian komunikasi sebagai suatu proses penyampaian pikiran, perasaan dari seseorang kepada orang lain. Pendapat lain menyatakan, komunikasi sebagai pengoperan ide dan gagasan untuk menyatukan kekuatan sehingga terjadi interaksi antar orang-orang yang berkomunikasi untuk mendapatkan kesatuan atau kesamaan makna menuju pencapaian tujuan bersama.

Menurut Ig Wursanto (2001:31), komunikasi adalah proses kegiatan pengoperan/penyampaian warta/berita/informasi yang mengandung arti dari satu pihak (seseorang atau tempat) kepada pihak (seseorang atau tempat) lain dalam usaha mendapatkan saling pengertian.

Berlo (dalam Erliana Hasan (2005:18) mengemukakan komunikasi sebagai suasana yang penuh keberhasilan jika dan hanya jika penerima pesan

memiliki makna terhadap pesan tersebut dimana makna yang diperolehnya tersebut sama dengan apa yang dimaksudkan oleh sumber.

Lebih lanjut Erlina Hasan (2005:18-19) mengatakan perkembangan selanjutnya penyampaian isi pikiran dan atau perasaan oleh seseorang dalam istilah komunikasi tersebut disebut komunikator dan isi pikiran atau perasaan yang disampaikan dinyatakan sebagai pesan, sedangkan yang menerima pesan disebut komunikan. Apabila antar komunikator dan komunikan atau sebaliknya tidak terdapat kesamaan makna karena salah satunya tidak mengerti apa maksud isi pesan yang disampaikan, kondisi demikian dinyatakan suasana komunikasi yang belum efektif. Dengan kata lain komunikasi yang berlangsung tidak komunikatif. Persoalannya adalah bagaimana kiat, keterampilan dan strategi berkomunikasi agar pesan yang disampaikan dapat dimengerti, dipahami dan dilakukan oleh komunikan persis seperti apa yang ada pada pikiran dan perasaan komunikator. Untuk menemukan jawaban pertanyaan tersebut terlebih dahulu kita harus memahami pengertian komunikasi baik secara etimologis maupun pengertian dan definisi komunikasi itu sendiri, tujuan, fungsi serta proses juga unsur – unsur komunikasi dan hal – hal yang mendasar dalam berkomunikasi.

Fungsi Komunikasi

Erlina Hasan (2005:22) menyebutkan komunikasi dikatakan memiliki peran dominan kehidupan manusia, sehingga fungsi komunikasi adalah mencapai tujuan peran tersebut, yaitu antara lain :

- 1) Mencapai pengertian satu sama lain
- 2) Membina kepercayaan
- 3) Mengkoordinir tindakan
- 4) Merencanakan strategi
- 5) Melakukan pembagian pekerjaan
- 6) Melakukan aktifitas kelompok dan
- 7) Berbagi rasa

Fungsi lain yang dilakukan oleh komunikasi berhubungan dengan perannya dalam mempermudah pengambilan keputusan. Komunikasi memberikan informasi yang diperlukan individu dan kelompok untuk mengambil keputusan dengan memperhatikan data guna mengenali dan menilai pilihan-pilihan alternatif.

Robbins dalam Erlina Hasan (2005:23) mensyaratkan bahwa komunikasi memiliki empat fungsi utama dalam suatu organisasi atau dalam kelompok tertentu, yaitu :

- 1) Fungsi pengawasan
- 2) Fungsi motivasi
- 3) Fungsi pengungkapan emosional
- 4) Fungsi informasi

Fungsi-fungsi komunikasi tersebut diatas merupakan bagian integral dari fungsi-fungsi organisasi dan apabila masuk pada bidang pemerintahan, fungsi tersebut ditambah adanya pemberdayaan. Oleh sebab itu perlu adanya kemampuan aplikatif dalam mengoperasionalkan urusan-urusan pemerintah.

Tujuan Komunikasi

Berlo (dalam Erliana Hasan (2005:26-27) mengemukakan tujuan komunikasi dapat ditinjau dari dua aspek, yakni aspek yang bersifat umum dan aspek spesifik. Tujuan komunikasi dilihat secara umum meliputi hal – hal berikut; (1) *informative*, (2) *persuasive*, dan (3) *entertainment*. Ditinjau dari aspek informatif, komunikasi berhubungan kemampuan intelektual seseorang untuk bertindak rasional, objektif, dan konkrit. Artinya walaupun tujuan komunikasi hanya sekedar memberi dan menerima informasi, namun pelaku komunikasi harus tetap dalam prinsip objektivitas, rasionalitas, logis dan konkrit, bisa saja suatu informasi berkembang saat itu dan sebelumnya. Sedangkan tujuan komunikasi dari aspek persuasif, berkaitan erat dengan kejiwaan dan emosional. Artinya berkomunikasi secara persuasif adalah berkomunikasi dalam rangka mempengaruhi orang lain dengan usaha mengubah keyakinan, nilai, atau sikap mereka. Sementara komunikasi bertujuan untuk menghibur atau entertainment berkaitan dengan hal – hal yang menyenangkan, misalkan berbentuk hiburan, kesenian, lawakan dan semacam dengan itu. Sutarto (1991:80) mengemukakan tujuan komunikasi yang bersifat spesifik diartikan sebagai Suatu kondisi yang tidak kontradiktif secara logika atau tidak konsisten dengan komunikasi itu sendiri; Berpusat pada perilaku yaitu diekspresikan dalam pengertian perilaku manusia, cukup relevan bagi kita untuk dapat menghubungkannya dengan perilaku komunikasi yang aktual, konsisten dengan cara orang – orang berkomunikasi.

Dari pengertian komunikasi secara umum dan spesifik, dapat disimpulkan bahwa tujuan komunikasi adalah mencapai pengertian bersama antara komunikator dan komunikan.

Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi dapat bersifat formal dan informal. Komunikasi formal adalah komunikasi yang disetujui oleh organisasi itu sendiri dan sifatnya berorientasi kepentingan organisasi. Isinya berupa cara kerja di dalam organisasi, produktifitas, dan berbagai pekerjaan yang harus dilakukan dalam organisasi. Misalnya: memo, kebijakan, pernyataan, dan surat-surat resmi. Adapun komunikasi informal adalah komunikasi yang disetujui secara sosial. Orientasinya bukan pada organisasi, tetapi lebih kepada anggotanya secara individual (Wiryanto, p.55). Komunikasi formal cenderung memperlihatkan komunikasi tugas, komunikasi antara atasan – atasan, atasan – bawahan atau antara bawahan – bawahan sesuai dengan otoritas. Dengan kata lain, saluran komunikasi formal mengikuti jenjang komando yang *establish* melalui suatu hirarki otoritas organisasi. Oleh karena saluran komunikasi formal diakui sebagai suatu yang resmi (*official*) dan otoritatif, hal tersebut cenderung merupakan tipikal dari komunikasi tertulis. Komunikasi formal digunakan untuk semua pesan – pesan resmi, termasuk pengarah, prosedur, kebijakan, keputusan, memorandum, instruksi kerja, dll.

Saluran komunikasi informal ada diluar saluran komunikasi formal dan tidak menuruti hirarki organisasi dan otoritas akan tetapi saluran komunikasi informal ini tidak direncanakan oleh superior. Istilah yang sering digunakan untuk bentuk saluran komunikasi informal adalah *the grapevine*

(seletingan). *Grapevine* dapat menjadi sumber informasi faktual meskipun konotasinya merupakan informasi yang tidak akurat.

Arah Komunikasi Organisasi

Komunikasi ke atas menurut Ig Wursanto (2001:54), Komunikasi keatas adalah komunikasi yang terjadi dari bawahan kepada atasan. Oleh karena itu, komunikasi keatas mengalir dari hirarki wewenang yang lebih rendah ke hirarki wewenang yang lebih tinggi dan mengalir melalui saluran rantai komando. Tujuan komunikasi keatas untuk memperoleh informasi, keterangan tentang kegiatan dan pelaksanaan tugas/pekerjaan para karyawan pada tingkat rendah. Komunikasi dari bawahan kepada atasan ini berbentuk informasi yang dapat digolongkan menjadi laporan, keluhan, pendapat dan saran.

Lebih lanjut Ig Wursanto (2001:55), memberikan beberapa contoh dari komunikasi keatas adalah laporan kinerja yang disiapkan oleh pejabat struktural atau pejabat yang berwenang yang lebih rendah ditinjau ulang oleh atasan langsung, kotak saran, survey sifat karyawan, prosedur keluhan, diskusi atasan dan bawahan, dan pertemuan keluhan informal dimana para bawahan mempunyai kesempatan untuk mengidentifikasi dan membahas masalah dengan atasan mereka atau wakil atasan yang lebih tinggi.

Dilihat dari bentuk atau cara penyampaiannya, dibedakan menjadi :

1. Laporan Lisan, yang disampaikan secara lisan saja. Laporan ini hanya diperlukan dalam keadaan yang tidak memungkinkan untuk membuat secara tertulis (mendesak). Dan pada umumnya laporan lisan diberikan apabila menyangkut hal – hal yang bersifat sederhana saja. Laporan lisan dapat disampaikan dengan cara tatap muka, melalui telpon dan sebagainya.
2. Laporan Tertulis, digunakan apabila materi yang akan disampaikan itu sangat kompleks. Pada umumnya laporan tertulis disampaikan melalui saluran. Laporan tertulis dapat disampaikan dengan berbagai macam bentuk, misalnya :
 1. berupa surat biasa
 2. berupa tabel – tabel, grafik – grafik
 3. berupa naskah yang dilampiri dengan kesimpulan singkat
 4. berupa gambar – gambar atau foto – foto
3. Keluhan, Pendapat dan saran

Komunikasi Vertikal

Komunikasi vertikal adalah yaitu arus komunikasi dua arah secara timbal balik yang dalam melaksanakan fungsi – fungsi manajemen memegang peranan yang sangat vital, yaitu komunikasi dari atas kebawah (*downward communication*) dan dari bawahan kepada atasan (*upward communication*) (Effendi, dalam Ruslan, 2002:86).

R.Wayne Pace DFF (2000:189) menyatakan bahwa komunikasi ke atas dalam sebuah organisasi berarti bahwa informasi mengalir dari tingkat lebih rendah (bawahan) ke tingkat lebih tinggi (atasan). Semua karyawan dalam sebuah organisasi/perusahaan, kecuali mungkin mereka yang menduduki posisi

puncak, mungkin berkomunikasi ke atas yaitu setiap bawahan (karyawan) dapat mempunyai alasan yang baik atau meminta informasi dari atau memberi informasi kepada seseorang yang otoritasnya lebih tinggi dari dia.

Saluran dari atas kebawah (downward channel) menurut Emmy Fakry Gaffar dan Yoyon Bachtiar Irianto (1997:36) yakni mengalir dari pengelola tingkat atas ke level bawah dalam hierarki organisasi. Saluran ini digunakan untuk mengirimkan pesan kepada bawahan, berkenaan dengan :

1. Instruksi pekerjaan, deskripsi tugas, pedoman pelaksanaan pekerjaan, atau berbagai petunjuk untuk mengarahkan perilaku dalam beraktivitas.
2. Prosedur – prosedur dan kebijakan yang memberi rasionalitas pada tujuan dan harapan tentang keuntungan – keuntungan yang akan diperoleh dari organisasi
3. Informasi tentang hasil pekerjaan bawahan agar mereka mengetahui prestasi dan kemajuannya.
4. Prinsip dan keyakinan hidup yang membutuhkan partisipasi dan dukungan bawahan.
5. Pertanggungjawaban pekerjaan tugas atasan tentang amanat yang diberikan bawahan.

Komunikasi ke bawah ini adalah alat pengelolaan paling penting untuk mengarahkan tingkat laku pekerja – pekerja dalam menggarap tugas – tugas organisasi mereka. Adapun pendapat Wiryanto (2005:64) yang mengemukakan bahwa “ Komunikasi ke bawah merupakan pesan yang dikirim dari tingkat hierarki yang lebih tinggi ke tingkat yang lebih rendah”.

Motivasi

Siagian (1995:73) mengatakan bahwa, motif adalah keadaan kejiwaan yang mendorong, mengaktifkan, atau menggerakkan dan motif itulah yang mengarahkan dan menyalurkan perilaku, sikap, dan tindak tanduk seseorang yang selalu di kaitkan dengan pencapaian tujuan, baik tujuan organisasi/perusahaan maupun tujuan pribadi masing-masing karyawan. Motivasi penting karena dengan motivasi ini diharapkan setiap individu karyawan mau bekerja keras dan antusias untuk mencapai produktifitas kerja yang tinggi. Kenapa motivasi harus dilakukan pimpinan terhadap bawahannya:

1. Karena pimpinan membagi – bagikan pekerjaannya kepada para bawahan untuk dikerjakan dengan baik
2. Karena ada bawahan yang mampu untuk mengerjakan pekerjaannya tetapi ia malas atau kurang bergairah mengerjakannya.
3. Untuk memelihara dan atau untuk meningkatkan kegairahan kerja bawahan dalam menyelesaikan tugas – tugasnya.
4. Untuk memberikan penghargaan dan kepuasan kerja kepada bawahannya.

Pada dasarnya ada tiga karakteristik pokok dari motivasi, yaitu (1) usaha, (2) kemampuan yang kuat, (3) arah atau tujuan. Maksud dari masing-masing karakteristik ini sebagai berikut:

1. Usaha. Karakteristik pertama dari motivasi, yakni usaha, menunjuk pada kekuatan perilaku kerja seseorang atau sejumlah yang ditujukan

oleh seseorang dalam pekerjaannya. Tegasnya, hal ini melibatkan berbagai macam kegiatan dan berbagai macam pekerjaan.

2. Kemauan keras. Karakteristik pokok motivasi yang kedua, menunjukkan pada kemauan keras yang didemonstrasikan oleh seseorang dalam menerapkan usahanya kepada tugas-tugas pekerjaannya.
3. Arah atau tujuan. Karakteristik motivasi yang ketiga bersangkutan dengan arah yang dituju oleh usaha dan kemauan keras yang dimiliki oleh seseorang yang pada dasarnya berupa hal-hal yang menguntungkan.

Jadi, dengan melihat ketiga karakteristik pokok motivasi diatas maka motivasi diatas dapat didefinisikan sebagai keadaan dimana usaha dan kemauan keras seseorang diarahkan kepada pencapaian hasil-hasil tertentu. Hasil-hasil yang dimaksud bisa berupa produktivitas, kehadiran, atau prilaku kerja kreatifnya (Umar Nimran, 2009, p. 53).

Pengertian Motivasi Kerja

Motivasi kerja secara singkat dapat diartikan sebagai proses menggerakkan manusia, dan memberikan motivasi artinya proses untuk menggerakkan orang lain agar maju melakukan sesuatu sebagaimana yang diharapkan oleh penggeraknya atau yang menggerakannya (Fathoni, 2006,p 132).

Menurut Robbins (2003) motivasi kerja adalah kesediaan untuk mengeluarkan tingkat upaya yang tinggi untuk tujuan organisasi yang dikondisikan oleh kemampuan upaya itu dalam memenuhi beberapa kebutuhan individual. Dari beberapa pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa motivasi kerja adalah perilaku yang ditunjukkan oleh seseorang atau sekelompok karyawan terhadap lingkungan tempat kerjanya, sehingga mereka itu dapat bekerja dengan giat serta bekerja sama dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Menurut Bredoom dan Gery A Stainerr yang dikutip Juwono (1985), Motivasi yang efektif harus dapat memberikan motivasi kepada bawahan untuk mengerjakan yang terbaik (Machfoedz, M.B.A, 2006, p.24)

Dari beberapa pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa motivasi kerja adalah perilaku yang ditunjukkan oleh seseorang atau sekelompok karyawan terhadap lingkungan tempat kerjanya, sehingga mereka itu dapat bekerja dengan giat serta bekerja sama dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Indikator Rendah dan Tingginya Motivasi Kerja

Semua tingkah laku manusia pada hakikatnya mempunyai motif tertentu. Motif merupakan suatu pengertian yang melingkupi semua penggerak, alasan – alasan atau dorongan – dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan manusia berbuat sesuatu. (Gerungan, 1983: 142). Selanjutnya Gerungan menjelaskan, dalam mempelajari tingkah laku manusia pada umumnya, kita harus mengetahui apa yang dilakukannya, bagaimana ia melakukan dan mengapa ia melakukan itu. Karena motif memberi tujuan dan arah pada tingkah laku manusia. Perbuatan dan tingkah laku manusia tentu sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Seperti kita ketahui, keinginan dan

kebutuhan masing – masing individu berbeda dari waktu ke waktu dan dari tempat ke tempat, sehingga motif juga berbeda – beda.

Setiap instansi harus dapat mengetahui indikasi turun atau naiknya motivasi kerja. Fathoni (2006:131) mengemukakan gejala turunnya motivasi kerja antara lain adalah:

1. Tingkat kepuasan kerja

Pekerjaan tugas dari kepala bagian masing – masing staff dimana terdapat kepuasan tersendiri pada karyawan dan atasan yang menilai hasil kerjanya dapat diukur dari tingkat kesalahan, volume kerja yang padat dan ketepatan waktu.

2. Kurangnya kerjasama

Suatu usaha karyawan dalam bekerja bersama – sama ke arah tujuan bersama, seperti kerjasama antara kepala bagian dan kepala pelaksana dalam menciptakan suasana yang kondusif kepada karyawannya dan staff karyawan yang saling bekerjasama dengan teman sekerjanya.

3. Kedisiplinan Karyawan

Tingkat kedisiplinan yang tinggi merupakan suatu nilai yang baik bagi seluruh karyawan dalam mentaati peraturan – peraturan yang berlaku di kantor, seperti datang tepat waktu dan berpakaian rapi dan baik.

4. Kurang adanya ketentraman karyawan

Merupakan rasa percaya pada diri sendiri dan kekuatan batin yang tenang dengan disertai ketenangan pikiran yang dimiliki setiap karyawan.

Pihak pimpinan ternyata berperan dalam mempengaruhi motivasi kerja karyawan, faktor – faktor yang berpengaruh terhadap motivasi kerja antara lain, komunikasi, partisipasi, lingkungan kerja, kepuasan kerja dan kepemimpinan.

Cara Meningkatkan Motivasi Kerja

Setiap perusahaan selalu berusaha memotivasi pekerja semaksimal mungkin, dalam batas-batas kemampuan perusahaan tersebut. Timbul pertanyaan disini bagaimana cara memberikan motivasi kerja semaksimal mungkin. Hal ini penting, sebab dengan dana dan kemampuan yang terbatas, kita harus memilih suatu cara yang paling tepat untuk dapat meningkatkan motivasi kerja.

Untuk memperbaiki motivasi kerja karyawan pemimpin harus melakukan hal – hal berikut :

1. Beritahukan kepada setiap karyawan tentang kemajuannya.
2. Beritahukan terlebih dahulu kepada karyawan tentang adanya perubahan – perubahan yang dapat mempengaruhi diri mereka.
3. Penggunaan kemampuan setiap karyawan dengan sebaik – baiknya
4. Tetapkan penempatan karyawan dan perlakuan peraturan – peraturan atas dasar yang adil.
5. Jangan pernah menggunakan kekuasaan dengan sewenang – wenang.

Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

$H_0 : \rho = 0$,

$H_a : \rho \neq 0$,

0 berarti tidak berhubungan

“tidak sama dengan nol” berarti lebih besar atau kurang (-) dari nol berarti ada hubungan

ρ = Nilai pengaruh dalam formulasi yang di hipotesiskan.

Ho = Tidak adanya hubungan antara komunikasi vertikal terhadap motivasi kerja karyawan PT. United Tractors, Tbk

Ha = Adanya Hubungan antara komunikasi vertikal terhadap motivasi kerjakaryawan PT. United Tractors, Tbk

Definisi Konsepsional

Konsep merupakan suatu generalisasi sampel terhadap populasinya atau menjelaskan hubungan, perbedaan atau pengaruh satu variabel dengan variabel yang lain. Karena itu penelitian eksplanasi menggunakan sample dan hipotesis (Bungin, 2005:38). generalisasi adalah proses bagaimana memperoleh prinsip dari berbagai pengalaman yang berasal dari literatur dan empiris (Bungin, 2005:38). Definisi konsepsional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Komunikasi vertikal adalah Komunikasi yang dilakukan dari bawahan keatasan, untuk mengetahui kemajuan pekerjaan kantor tentang kegiatan dan pelaksanaan tugas/pekerjaan, seperti diadakannya rapat dan pemberian laporan kepada kepala bagian direksi. Yang berperan dalam komunikasi ini adalah antara bagian – bagian pelaksana dengan direksi, dan kepala bagian masing – masing staff dengan kepala bagian pelaksana di PT. United Tractors, Tbk.
2. Motivasi kerja adalah sikap kejiwaan dan perasaan yang menimbulkan kesediaan pada karyawan untuk bekerjasama dalam melaksanakan suatu pekerjaan dengan giat dan menghasilkan prestasi kerja yang lebih baik demi terciptanya tujuan yang diinginkan bersama – sama di PT. United Tractors, Tbk.

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan penulis dalam rangka penulisan skripsi adalah penelitian kuantitatif eksplanasi. Penelitian eksplanasi bertujuan untuk menjelaskan hubungan atau pengaruh anatara variabel penelitian dan menguji hipotesis yang diajukan. Dalam penelitian ini format eksplanasi digunakan untuk membuktikan hipotesis yang menyatakan bahwa ada Hubungan antara komunikasi vertikal terhadap motivasi kerjakaryawan PT. United Tractors, Tbk Samarinda.

Definisi Operasional

Untuk menguji hipotesis dan mengukur variabel yang digunakan dalam penelitian ini, sekaligus menghindari kesalahpahaman atau perbedaan pandangan dalam mendefinisikan variabel yang dianalisis, maka diberikan definisi operasional sebagai berikut :

1. Variabel bebas (X) yaitu dalam penelitian ini termasuk variabel bebas adalah Komunikasi vertikal yang terdiri dari :
 - a. Laporan

Keterangan-keterangan suatu rencana kerja, pelaksanaan kerja, keterangan yang bersifat informasi yang akan dilakukan oleh bawahan.

b. Perintah

Perkataan yang bermaksud menyuruh untuk melakukan sesuatu dalam hal pekerjaan. Hal ini dilakukan agar karyawan dapat mengerjakan pekerjaan sesuai dengan arahan dari atasan.

c. Pujian

Pernyataan yang mengatakan akan bagus, istimewa yang dilakukan oleh atasan terhadap kinerja dari karyawan di kantor yang bertujuan untuk dapat memotivasi karyawan dalam meningkatkan kinerja.

2. Variabel terikat (Y) yaitu dalam penelitian ini yang termasuk variabel terikat adalah :

a. Tingkat kepuasan kerja

Pekerjaan tugas dari kepala bagian masing – masing staff dimana terdapat kepuasan tersendiri pada karyawan dan atasan yang menilai hasil kerjanya dapat diukur dari tingkat kesalahan, volume kerja yang padat dan ketepatan waktu.

b. Kerjasama karyawan

Suatu usaha karyawan dalam bekerja bersama – sama kearah tujuan bersama, seperti kerjasama antara kepala bagian dan kepala pelaksana dalam menciptakan suasana yang kondusif kepada karyawannya dan staff karyawan yang saling bekerjasama dengan teman sekerjanya.

c. Kedisiplinan Karyawan

Tingkat kedisiplinan yang tinggi merupakan suatu nilai yang baik bagi seluruh karyawan dalam mentaati peraturan – peraturan yang berlaku di kantor, seperti datang tepat waktu dan berpakaian rapi dan baik.

d. Ketentrangan karyawan

Merupakan rasa percaya pada diri sendiri dan kekuatan batin yang tenang dengan disertai ketenangan yang dimiliki setiap karyawan.

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di PT. United Tractors, Tbk Loa Bakung Samarinda. Pelaksanaan penelitian kurang lebih 2 bulan.

Populasi dan Sample

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang berupa manusia, hewan, tumbuh – tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup, dan sebagainya sehingga objek – objek ini dapat menjadi sumber data penelitian (Bungin, 2005 :99). Dalam penelitian ini, sampel penelitian adalah total populasi yaitu karyawan di PT. United Tractors, Tbk Loa Bakung Samarinda, yang berjumlah 40. Dalam penelitian ini digunakan teknik sampling sensus. “Sensus berarti peneliti melakukan penelitian kepada seluruh populasi

(Jalaluddin Rakhmat 2007:78)”. Mengingat jumlah populasi hanya sebesar 40 karyawan di PT. United Tractors, Tbk Loa Bakung Samarinda.

Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Data Primer

Peneliti menggunakan metode penelitian lapangan untuk mendukung penelitian skripsi dengan cara menggunakan metode yaitu sebagai berikut :

- a. Observasi, yakni melakukan pengamatan secara langsung ke tempat yang menjadi objek penelitian.
- b. Kuesioner, yakni mengadakan pembagian kuesioner kepada responden yaitu seluruh karyawan di PT. United Tractors, Tbk Cabang Samarinda, Kuesioner yang diisi untuk melengkapi keterangan – keterangan yang ada hubungannya dengan penelitian skripsi ini.

2. Data sekunder

Peneliti menggunakan data kepustakaan untuk mendukung penulisan skripsi dengan cara membawa literatur – literatur yang berhubungan dengan penelitian jenis analisis dan kuantitatif.

Teknik Pengukuran Data

Di dalam penelitian ini variabel yang digunakan akan diukur dengan menggunakan skala Likert yaitu nilai peringkat setiap jawaban atau tanggapan itu dijumlahkan sehingga mencapai nilai total. dalam kuesioner yang disebarkan tersebut responden diminta untuk memberikan tanda silang (X) pada alternatif jawaban sesuai dengan skala yang telah dicantumkan untuk masing-masing pertanyaan.

Kriteria penilaian untuk masing – masing indikator yang ditanyakan melalui pertanyaan dalam kuesioner adalah sebagai berikut:

1. Untuk pilihan jawaban a, maka diberi skor 5.
2. Untuk pilihan jawaban b, maka diberi skor 4.
3. Untuk pilihan jawaban c, maka diberi skor 3.
4. Untuk pilihan jawaban d, maka diberi skor 2.
5. Untuk pilihan jawaban e, maka diberi skor 1.

Dalam menggunakan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi dimensi, dimensi dijabarkan menjadi sub variabel kemudian sub variabel dijabarkan lagi menjadi indikator-indikator yang dapat diukur. Akhirnya indikator-indikator yang terukur ini dapat dijadikan titik tolak untuk membuat item instrument yang berupa pertanyaan yang perlu dijawab oleh responden.

Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah rumus koefisien korelasi *pearson product moment* (r).

Koefisien korelasi *pearson product moment* (r)

Koefisien korelasi digunakan untuk mencari kekuatan dan arah hubungan antara dua variabel. Rumus yang digunakan adalah:

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{\sum X^2 \sum Y^2}}$$

$$r_{xy} = \frac{\sum xiyi - (\sum Xi)(\sum Yi)}{\sqrt{\{n \cdot \sum Xi^2 - (\sum Xi)^2\} \{n \cdot \sum Yi^2 - (\sum Yi)^2\}}}$$

Dimana:

$$r_{xy} = \text{Korelasi antara variabel x dan y}$$

$$x = (xi - \bar{x})$$

$$y = (yi - \bar{y})$$

$$\sum Xi = \text{Jumlah skor item}$$

$$\sum Yi = \text{Jumlah skor total}$$

$$n = \text{Jumlah responden}$$

Korelasi *Pearson Product Momen* dilambangkan (r) dengan ketentuan nilai r tidak lebih dari harga (-1 ≤ r ≤ +1). Apabila nilai r = -1 artinya korelasinya negatif sempurna; r = 0 artinya tidak ada korelasi; r = 1 berarti korelasinya sangat kuat.

Selanjutnya dihitung dengan Uji-t. Rumus yang digunakan untuk mengetahui nilai t hitung adalah sebagai berikut:

$$t \text{ hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Dimana :

$$t = \text{Nilai t hitung}$$

$$r = \text{koefisien}$$

$$n = \text{jumlah responden}$$

Setelah didapatkan nilai thitung melalui rumus diatas, kemudian menentukan t tabel (t_{α}) dengan taraf nyata (level significance) yang dipilih adalah $\alpha = 0.05$ dan derajat kebebasan ($dk = n-2$), maka untuk menginterpretasikan hasilnya berlaku ketentuan sebagai berikut:

1. Jika t hitung > t tabel berarti valid : Jika jumlah t hitung lebih dari jumlah t tabel dapat dinyatakan bahwa adanya Hubungan antara komunikasi vertikal terhadap motivasi kerja karyawan PT. United Tractors, Tbk.

Jika t hitung < t tabel berarti tidak valid : Jika jumlah thitung kurang dari jumlah t tabel dapat dinyatakan bahwa tidak adanya Hubungan antara komunikasi vertikal terhadap motivasi kerja karyawan PT. United Tractors, Tbk.

Hasil penelitian dan pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan komunikasi vertikal terhadap motivasi kerja karyawan. Jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah keseluruhan dari populasi yang bisa disebut total sampling yaitu berjumlah 40 responden pada atasan dan karyawan/staff PT. United Tractors, Tbk.

Bahwa komunikasi vertikal adalah arus komunikasi dua arah secara timbal balik yang dalam melaksanakan fungsi–fungsi manajemen dalam sebuah kelompok organisasi bisa dapat komunikasi dari atas kebawah dan dari bawahan kepada atasan agar terjalinnya saling kerjasama antar sesama dan tercapainya tujuan bersama.

Karena dengan berkomunikasi kita bisa menyampaikan mengenai isi pikiran dan perasaannya. Pengungkapan isi dan pikiran dan perasaan tersebut apabila diaplikasikan secara benar dengan etika yang tepat akan mampu mencegah dan menghindari konflik antar pribadi, antar kelompok bahkan antar bangsa sehingga dapat menjaga persatuan dan kesatuan bangsa.

Maka dibutuhkan adanya kerjasama agar berjalan dengan lancar maka dituntut adanya komunikasi yang harmonis baik antar divisi maupun kepala divisi dengan bawahannya serta antara divisi dengan pemimpinnya. Dengan adanya komunikasi yang harmonis baik verbal maupun horizontal maka diharapkan akan mampu meningkatkan motivasi kerja karyawan yang pada akhirnya berdampak pada produktifitas kerja karyawan.

Pada umumnya setiap karyawan bekerja untuk mencapai apa yang menjadi keinginan atau tujuan pribadi, sedangkan suatu organisasi dibentuk dan dijalankan adalah karena adanya tujuan bersama yang ingin dicapai. Dengan adanya perbenturan dua keinginan atau tujuan yang berbeda ini, maka perlu adanya suatu penyalarsan agar terdapat kesatuan pendapat dan tindakan dalam pelaksanaan pencapaian tujuan organisasi. Adapun media atau sarana yang dianggap sesuai dan efektif dalam usaha penyalarsan ini adalah komunikasi.

Dengan adanya komunikasi yang baik antara pimpinan dengan bawahan dapat menimbulkan rasa tanggung jawab yang menunjukkan moral kerja karyawan terletak pada segi – segi komunikasi sebab suatu komunikasi memegang peranan yang sangat penting dalam kehidupan kita sehari – hari juga didalam melancarkan jalannya suatu organisasi.

Kemudian dilihat dari hasil perhitungan dengan menggunakan rumus Analisis Korelasi *Person Product Moment* didapatkan hasil sebesar 2,91 yang artinya tingkat hubungan komunikasi vertikal terhadap motivasi kerja karyawan dikategorikan tinggi. Ini menunjukkan bahwa komunikasi vertikal di PT. United Tractors, Tbk sangat tinggi karena adanya komunikasi yang baik. Kemudian hasil uji signifikansi pada t_{hitung} didapatkan hasil sebesar 2,91 dan t_{tabel} 1,685 maka dapat disimpulkan bahwa adanya hubungan yang signifikan pada komunikasi vertikal terhadap motivasi kerja karyawan yaitu H_a diterima $t_{hitung}(2,91) > t_{tabel}(1,685)$.

Kesimpulan

Berdasarkan pada analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan, maka peneliti dapat menarik kesimpulan yaitu : Dari hasil perhitungan dengan menggunakan rumus Analisis Korelasi *Person Product Moment* didapatkan hasil sebesar 2,91 yang artinya tingkat hubungan komunikasi vertikal terhadap motivasi kerja karyawan dikategorikan signifikan. Ini terbukti pada uji Signifikansi $t_{hitung}(2,91) > t_{tabel}(1,685)$ pada tingkat $\alpha = 0,05$ untuk tes dua sisi, dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima.

Dari hasil analisis dan pengujian hipotesis pada bab IV mengenai hubungan komunikasi vertikal terhadap motivasi kerja karyawan, yaitu berdasarkan hasil perhitungan *person product moment* (r) diketahui t_{hitung} (hasil perhitungan) lebih besar dari t_{tabel} yaitu $2,91 > 1,685$. Yang menunjukkan adanya hubungan (H_0 ditolak dan H_a diterima). Jadi dapat dikatakan bahwa semakin baik komunikasi vertikal yang dilakukan oleh karyawan maka tingkat

motivasi kerja yang dimiliki karyawan akan menjadi lebih baik. Sebaliknya, karyawan yang kurang memiliki kemampuan dalam berkomunikasi di dalam kantor maka tingkat motivasi kerjanya juga akan rendah.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, maka penulis dapat mengajukan saran-saran antara lain sebagai berikut :

1. Berdasarkan dari hasil penelitian, kurang adanya pemberian pujian terhadap karyawan dalam menyelesaikan pekerjaan di kantor, dengan demikian maka atasan seharusnya lebih memberikan pujian terhadap kinerja karyawan, hal ini bertujuan untuk dapat memberikan motivasi kerja dan membentuk lingkungan kerja yang kondusif di dalam lingkup kantor PT. United Tractor, Tbk cabang Samarinda.
2. Sesuai dengan hasil penelitian tentang komunikasi vertikal, dimana sebagian besar karyawan mengatakan sangat jarang atasan menciptakan suasana yang kondusif di ruang lingkup kantor sehingga menyebabkan tingginya karyawan yang mangkir/tidak masuk kerja. Dengan demikian seharusnya atasan lebih menciptakan suasana yang kondusif agar dapat menambah motivasi kerja karyawan dalam lingkup kantor PT. United Tractors, Tbk cabang Samarinda.

Daftar Pustaka

- Anonim, 1989. Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta : Balai Pustaka
- Bungin, Burhan, 2005. Metodologi Penelitian Kuantitatif, komunikasi, ekonomi, dan kebijakan publik serta ilmu sosial lainnya, Surabaya.
- Effendy, Onong Uchjana, 2002. Ilmu, teori dan filsafat komunikasi, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Fathoni, Abdurrahmat, 1996. Organisasi dan manajemen. Garut, Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Garut (UNIGA)
- Harun, Rochajat, 2008. Komunikasi Organisasi, Bandung.
- Hasan, Erlina, 2005. Komunikasi Pemerintahan. Penerbit; PT. Refika Aditama, Bandung.
- Krisyanto, Rachmat, 2010. Teknis Praktis Riset Komunikasi, Jakarta.
- Machfoedz, Mas'ud M.B.A, 2006. Kewirausahaan, Metode, Manajemen, Dan Implementasi, Penerbit; BPFE-YOGYAKARTA. Yogyakarta.
- Muhammad, Arni, 2009. Komunikasi Organisasi. Jakarta.
- Nimran, Umar, 2009. Perilaku organisasi, Malang.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2007. Metode Penelitian Komunikasi, Bandung.
- Riduwan, M. B. A, 2005. Belajar Mudah Penelitian, Alfabeta, Bandung.
- Wiryanto, 2004. Pengantar Ilmu Komunikasi, Jakarta.
- Wursanto, Ig. 2002. Dasar – Dasar Ilmu Organisasi, Yogyakarta.
- Sumber internet :
- <http://bahasa.cs.ui.ac.id/kbbi/kbbi.php?keyword=perintah&varbidang=all&vardialek=all&varragam=all&varkelas=all&submit=tabel>
- <http://kamusbahasaindonesia.org/pujian/mirip>